

# Analisis dan Perancangan Website E-Business Undangan Pernikahan Digital

Nabil Fauzan<sup>1</sup>, Syalom Kristian Manurung<sup>2</sup>, Fendi Pradana Saputra<sup>3</sup>, Putri Taqwa Prasetyaningrum<sup>4</sup>

Universitas Mercu Buana Yogyakarta / Fakultas Teknologi Informasi / Program Studi Sistem Informasi  
Yogyakarta, Indonesia

e-mail: <sup>1</sup> [nabilfauzan457@gmail.com](mailto:nabilfauzan457@gmail.com), <sup>2</sup> [syalomkristian09@gmail.com](mailto:syalomkristian09@gmail.com), <sup>3</sup> [saputrafendi460@gmail.com](mailto:saputrafendi460@gmail.com),  
<sup>4</sup> [putri@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:putri@mercubuana-yogya.ac.id)

Diajukan: 16 Januari 2024; Diterima: 28 November 2024

## Abstrak

Undangan pernikahan digital telah menjadi solusi inovatif untuk mengabadikan momen sakral pernikahan secara efisien dan ramah lingkungan. Namun, banyak pengguna mengalami kesulitan dalam memilih dan menggunakan platform yang tepat karena berbagai keterbatasan dan kurangnya informasi. Penelitian ini mengembangkan platform "Jadi Satu" untuk memberikan solusi tersebut dengan fitur-fitur intuitif dan fleksibel. Metode pengujian yang digunakan adalah black-box testing untuk memeriksa fungsionalitas sistem. Hasil pengujian menunjukkan bahwa platform ini mampu meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna secara signifikan.

**Kata kunci:** Efisien, Digital, Website, Harmoni, Fleksibel.

## Abstract

Digital wedding invitations have become an innovative solution to immortalize the sacred wedding moment efficiently and in an eco-friendly manner. However, many users face difficulties in selecting and using the right platform due to various limitations and lack of information. This study develops the "Jadi Satu" platform to address these challenges with intuitive and flexible features. The testing method employed is **black-box testing** to evaluate the system's functionality. The test results show that this platform significantly enhances user efficiency and satisfaction.

**Keywords:** Efficient, Digital, Website, Harmony, Flexible.

## 1. Pendahuluan

Pernikahan merupakan salah satu momen yang sangat berkesan dalam kehidupan seseorang. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, pernikahan kini tidak hanya terbatas pada upacara fisik yang dilakukan di hadapan kerabat dan teman-teman, tetapi juga memasuki ranah digital. Salah satu bentuk evolusi ini adalah penggunaan undangan pernikahan digital yang semakin populer di kalangan masyarakat. Penggunaan undangan pernikahan digital menawarkan berbagai kemudahan, efisiensi, dan ramah lingkungan, serta memungkinkan pasangan untuk berbagi momen sakral tersebut secara lebih luas dan fleksibel melalui media online [1]. Namun, meskipun memiliki banyak keuntungan, banyak pasangan yang mengalami kesulitan dalam memilih platform yang tepat untuk pembuatan undangan pernikahan digital, disebabkan oleh keterbatasan fitur dan kurangnya informasi terkait platform yang ada pengguna[2], [3], [4].

Perkembangan teknologi informasi yang pesat pada era digital saat ini telah membawa dampak signifikan dalam berbagai sektor bisnis. Salah satu penerapan teknologi yang semakin berkembang adalah e-business, yang memungkinkan perusahaan untuk menjalankan proses bisnis secara lebih efisien dan efektif. E-business memiliki peran penting dalam meningkatkan operasional bisnis, khususnya pada sektor yang mengandalkan transaksi business-to-business (B2B), seperti pada industri hijab. Dengan mengadopsi platform berbasis web, perusahaan dapat mempercepat proses pemesanan dan distribusi produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi operasional [5].

E-business juga memfasilitasi berbagai model bisnis, seperti Business to Consumer (B2C), di mana bisnis menjual produk atau layanan langsung kepada konsumen melalui platform online [6], [7], [8].

Dalam konteks undangan pernikahan, platform digital memungkinkan pasangan untuk mendesain, mengirim, dan mengelola undangan secara online tanpa harus bergantung pada media cetak. Selain itu, platform berbasis web ini juga menawarkan berbagai fitur inovatif yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, seperti pilihan tema yang dapat dikustomisasi, integrasi RSVP online, dan kemudahan untuk membagikan undangan ke seluruh dunia dengan beberapa klik saja [9][10].

Disisi lain, penerapan konsep e-business yang didasarkan pada analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) terbukti dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk dalam industri tradisional seperti batik. Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis, serta merumuskan strategi yang lebih tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan[11], [12].

Selain itu, implementasi e-commerce juga memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan persaingan bisnis dan memacu peningkatan penjualan produk. Penerapan platform web yang efisien dan efektif dalam bisnis perdagangan dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan, seperti yang disampaikan oleh Marini dan Sarwindah (2020), yang menekankan bahwa e-commerce dapat mendorong daya saing bisnis secara keseluruhan[13]. E-Commerce merupakan proses transaksi jual beli secara online melalui jaringan internet dimana penjual dan pembeli dipertemukan dalam dunia maya contohnya penjualan surat undangan pernikahan dan jenis E-Commerce yang cocok digunakan dalam penjualan surat undangan adalah Business to Customer[14].

Pada saat era pandemi dulu banyak warga Indonesia memilih layanan online dalam berbagai aktivitas. Banyak toko online bermunculan. Banyak perusahaan yang beralih dari konvensional ke digital. Aktivitas belanja online semakin banyak digunakan untuk membeli sepeda motor, mobil, peralatan rumah tangga, perlengkapan anak dan perlengkapan kantor, atau mencari lowongan kerja[15]. Perkembangan zaman menyebabkan masyarakat Indonesia mempunyai kecenderungan memilih menggunakan jasa online dalam berbagai aktivitas. Hal ini ditandai dengan banyaknya situs-situs penjualan secara online, seperti; Tokopedia, Lazada, Shopee dan lain sebagainya. Dalam situs-situs tersebut masyarakat dimudahkan dengan berbagai akses untuk mencari barang dan jasa yang diinginkan. Seperti halnya dalam situs Tokopedia terdapat kategori jenis penjualan barang seperti; baju, celana, properti, keperluan pribadi, elektronik dan gadget, hobi dan olahraga, rumah tangga, perlengkapan bayi dan anak [16].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah platform undangan pernikahan digital yang inovatif. Penelitian ini akan mengidentifikasi masalah yang dihadapi pengguna dalam memilih platform yang sesuai, serta menawarkan solusi yang lebih efektif dengan mengembangkan platform berbasis web yang fleksibel dan mudah digunakan. Platform ini diharapkan dapat memberikan pengalaman baru dalam perencanaan dan pengiriman undangan pernikahan secara digital, sekaligus meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna secara signifikan.

## 2. Metode Penelitian

Metodologi Penelitian adalah proses tahapan penelitian yang akan dilakukan, dalam metodologi Penelitian terdapat 2 bagian utama, yaitu tahapan pengumpulan data dan analisa data. Tahapan pengumpulan data menceritakan bagaimana proses perolehan data dalam penelitian yang dilakukan.

### A. Teknik Pengumpulan Data

Mengamati beberapa website undangan pernikahan online untuk dijadikan referensi yang digunakan untuk perancangan website[7]

### B. Teknik Analisa Data

Analisa perancangan ini menggunakan metode strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk metode SWOT seperti berikut:

1. Kekuatan (Strengths) adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini. Strength ini bersifat internal dari organisasi atau sebuah program.
2. Kelemahan (Weaknesses) adalah kegiatankegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat daripada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada.
3. Peluang (Opportunities) adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program kita untuk memanfaatkannya. Opportunity tidak hanya

berupa kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi bisa juga berupa respon masyarakat atau isu yang sedang diangkat.

4. Ancaman (Threats) adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah brand. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewat dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau out of stream (melawan arus) namun pada kenyataannya organisasi tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang. Tabel 1 Berikut hasil SWOT dari website

Tabel 1. Analisis SWOT (S-O)

| Faktor Eksternal    |                                                                                                                                                | Opportunity (Peluang)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|                     |                                                                                                                                                | Masih<br>tinggi<br>nya<br>an<br>gk<br>a<br>per<br>nik<br>ah<br>an<br>di<br>Ind<br>on<br>esi<br>a.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Banyak<br>pasan<br>gan<br>yang<br>tertari<br>k<br>kepad<br>a<br>undan<br>gan<br>pernik<br>ahan<br>digital | Kesadaran<br>masyarakat<br>meningkat<br>tentang<br>digitalisasi. | Berke<br>mbang<br>nya<br>industri<br>undangan<br>gan<br>pernik<br>ahan<br>digital<br>yang<br>pesat. | Memanfaatkan<br>teknologi<br>digital<br>untuk<br>memperluas<br>pasarnya. |
| Faktor Internal     |                                                                                                                                                | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2                                                                                                         | 3                                                                | 4                                                                                                   | 5                                                                        |
| Strength (Kekuatan) |                                                                                                                                                | STRATEGI S-O                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |
| 1.                  | Memiliki Tim yang berpengalaman dalam bidang marketing untuk mengiklankan produk dan layanan digital dan berpengalaman di bidang desain grafis | 1. Mengembangkan produk dan layanan undangan pernikahan digital yang inovatif dan kreatif yang sesuai dengan tren pernikahan digital yang semakin meningkat.<br>(S2, S5, O1, O2, O3).<br><br>2. Menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor.<br>(S4, O1, O2).<br><br>3. Membangun brand awareness dan kepercayaan pelanggan melalui strategi pemasaran digital yang agresif.<br>(S1, S4, O1, O2). |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |
| 2.                  | Menghasilkan Produk inovatif dan kreatif yaitu undangan pernikahan digital yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan pemesan.                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |
| 3.                  | Mempunyai layanan pelanggan yang responsif dan ramah.                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |
| 4.                  | Harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor.                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |
| 5.                  | Potensi untuk berkembang pesat di tengah tren pernikahan digital yang semakin meningkat.                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                           |                                                                  |                                                                                                     |                                                                          |

Pada Tabel 2 ini menunjukkan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor Strengths (Kekuatan) dan Opportunities (Peluang) dalam pengembangan platform undangan pernikahan digital. Strategi yang tercantum berfokus pada pemanfaatan kekuatan tim dan produk inovatif untuk mengembangkan pasar dan meningkatkan brand awareness.

Tabel 2. Analisis SWOT (S-T)

| Faktor Eksternal    |                                                                                                                                                | Threats (Ancaman)                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                            |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     |                                                                                                                                                | Ketatnya persaingan antar kompetitor                                                                                                                                                                                                                                                                            | Kemungkinan terjadinya pergeseran tren teknologi yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis. |
| Faktor Internal     |                                                                                                                                                | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2                                                                                          |
| Strength (Kekuatan) |                                                                                                                                                | STRATEGI S-T                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                            |
| 1.                  | Memiliki Tim yang berpengalaman dalam bidang marketing untuk mengiklankan produk dan layanan digital dan berpengalaman di bidang desain grafis | 1. Memanfaatkan kekuatan tim yang berpengalaman dalam bidang desain grafis untuk mengatasi keterbatasan pilihan template undangan pernikahan digital.<br>(S1, T1).<br><br>2. Memanfaatkan kekuatan produk dan layanan yang inovatif dan kreatif untuk mengatasi ancaman pergeseran tren teknologi.<br>(S2, T2). |                                                                                            |
| 2.                  | Menghasilkan Produk inovatif dan kreatif yaitu undangan pernikahan digital yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan pemesan.                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                            |
| 3.                  | Mempunyai layanan pelanggan yang responsif dan ramah.                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                            |
| 4.                  | Harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor.                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                            |
| 5.                  | Potensi untuk berkembang pesat di tengah tren pernikahan digital yang semakin meningkat.                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                            |

Pada Tabel 2 ini menggambarkan analisis **SWOT** dengan fokus pada **Strengths** (Kekuatan) dan **Threats** (Ancaman). Strategi yang diusulkan melibatkan pemanfaatan tim berpengalaman untuk mengatasi ketatnya persaingan antar kompetitor dan perubahan tren teknologi.

Tabel 3. Analisis SWOT (W-O)

| Faktor Eksternal     | Opportunity (Peluang)                       |                                                                   |                                                      |                                                                |                                                           |
|----------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|                      | Masih tinggi angka pernikahan di Indonesia. | Banyak pasangan yang tertarik kepada undangan pernikahan digital. | Kesadaran masyarakat meningkat tentang digitalisasi. | Berkembangnya industri undangan pernikahan digital yang pesat. | Memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasarnya. |
| Faktor Internal      | 1                                           | 2                                                                 | 3                                                    | 4                                                              | 5                                                         |
| Weakness (Kelemahan) | STRATEGI W-O                                |                                                                   |                                                      |                                                                |                                                           |

|    |                                                                                             |                                                                                                                                                   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Tidak memiliki nama brand yang kuat.                                                        | 1. Melakukan kampanye pemasaran digital yang agresif untuk meningkatkan brand awareness dan kepercayaan pelanggan.<br>(W1, O1, O5).               |
| 2. | Pendatang baru.                                                                             |                                                                                                                                                   |
| 3. | Tidak memiliki fitur fitur yang canggih.                                                    |                                                                                                                                                   |
| 4. | Pilihan template undangan pernikahan digital yang masih terbatas.                           | 2. Melakukan kerja sama dengan vendor template undangan pernikahan digital untuk mendapatkan akses ke lebih banyak pilihan template.<br>(W4, O2). |
| 5. | Memiliki Potensi kerugian akibat persaingan yang semakin ketat dari kompetitor.             |                                                                                                                                                   |
| 6. | Memiliki potensi perubahan tren dan kebutuhan pelanggan dapat merugikan pertumbuhan bisnis. | 3. Melakukan inovasi dan pengembangan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<br>(W3, O3).                                         |

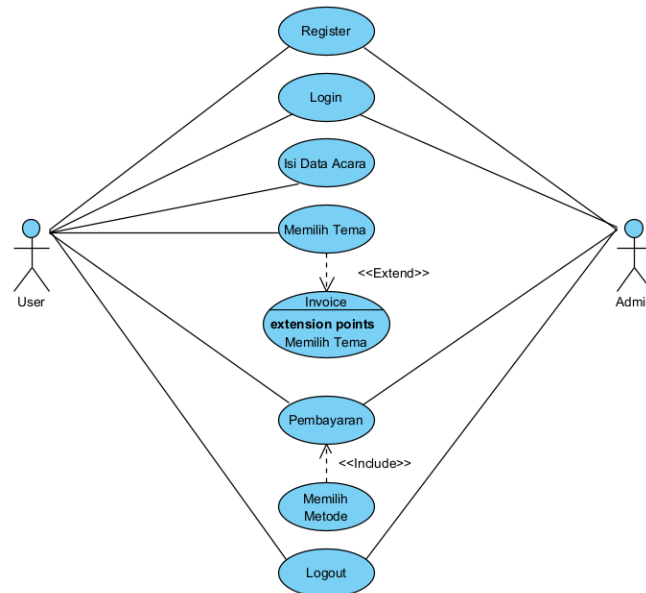
Tabel 4. Analisis SWOT (W-T)

| Faktor Eksternal     |                                                                                             | Threats (Ancaman)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                            |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |                                                                                             | Ketatnya persaingan antar kompetitor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Kemungkinan terjadinya pergeseran tren teknologi yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis. |
| Faktor Internal      |                                                                                             | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2                                                                                          |
| Weakness (Kelemahan) |                                                                                             | STRATEGI W-T                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                            |
| 1.                   | Tidak memiliki nama brand yang kuat.                                                        | 1. Melakukan kerja sama dengan mitra strategis untuk mendapatkan akses ke sumber daya dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk bersaing dengan kompetitor.<br>(W1, T1).<br><br>2. Melakukan inovasi dan pengembangan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sekaligus untuk mengantisipasi perubahan tren teknologi.<br>(W3, T2). |                                                                                            |
| 2.                   | Pendatang baru.                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                            |
| 3.                   | Tidak memiliki fitur fitur yang canggih.                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                            |
| 4.                   | Pilihan template undangan pernikahan digital yang masih terbatas.                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                            |
| 5.                   | Memiliki Potensi kerugian akibat persaingan yang semakin ketat dari kompetitor.             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                            |
| 6.                   | Memiliki potensi perubahan tren dan kebutuhan pelanggan dapat merugikan pertumbuhan bisnis. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                            |

Tabel 3 ini menunjukkan analisis SWOT yang mengidentifikasi Weaknesses (Kelemahan) dan Opportunities (Peluang). Strategi yang diusulkan adalah untuk meningkatkan brand awareness melalui kampanye pemasaran digital dan bekerja sama dengan vendor untuk memperkaya pilihan template undangan. Sedangkan Tabel 4 ini menggambarkan analisis SWOT dengan fokus pada Weaknesses (Kelemahan) dan Threats (Ancaman). Strategi yang diusulkan melibatkan kerja sama dengan mitra strategis untuk meningkatkan daya saing dan inovasi produk untuk mengantisipasi perubahan tren teknologi.

C. Teknik Perancangan

Pada tahap perancangan (design), langkah yang dilakukan adalah menggambarkan alur proses atau gambaran antara sub-sub sistem untuk memudahkan pengguna dalam menjalankan aplikasi. Alur proses sistem dirancang menggunakan Unified Modelling Language (UML) dalam bentuk Use Case Diagram seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Use Case Diagram

Diagram ini menggambarkan alur proses dalam sistem undangan pernikahan digital, yang mencakup langkah-langkah seperti registrasi akun, login, pengisian data acara, memilih tema, pembayaran, dan logout. Diagram ini menggunakan Unified Modeling Language (UML) untuk memodelkan interaksi antara aktor dan sistem.

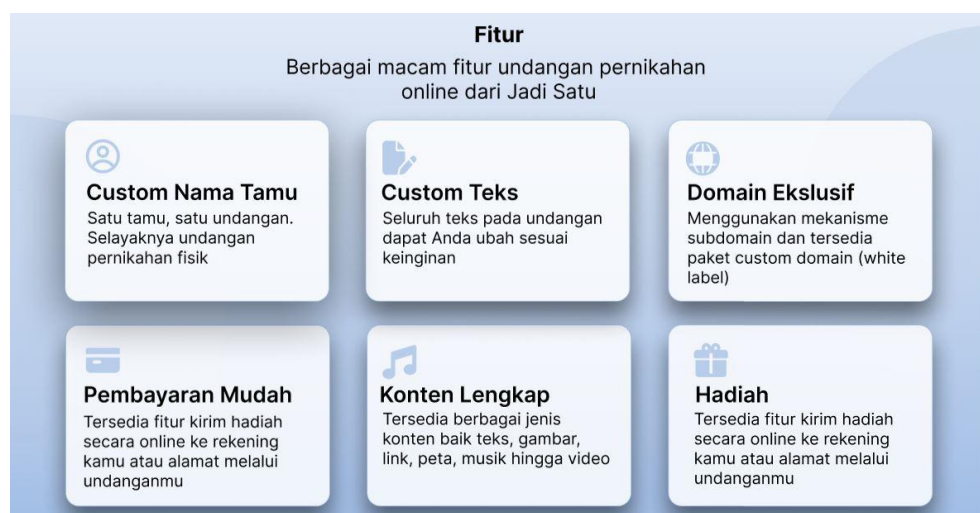
### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari perancangan website pernikahan online ini adalah kebutuhan untuk merancang proses bisnis e-commerce diawali dengan menemukan, mengidentifikasi, dan menganalisis semua kebutuhan informasi yang berkaitan dengan undangan online. Banyak perusahaan yang sudah menggunakan jasa perkembangan teknologi pada saat ini untuk membantu kinerja perusahaan, akan tetapi sistem yang sudah ada kurang sesuai dengan sistem yang trend di era saat ini. Hal ini menjadikan perusahaan perlu merubah dengan online agar bisa mengatasi kebutuhan konsumen pada saat ini. Tujuan dari kegiatan ini untuk mengklasifikasi kebutuhan sistem informasi dari setiap proses bisnis sehingga model aplikasi dan prosedur situs web bisnis kompetibel dengan proses bisnis tradisional. Perancangan sistem ini tidak dapat di pisahkan dari hasil analisis, karena analisis dapat digunakan untuk membuat sistem baru untuk membuat desain.

#### 3.1. Tampilan Halaman Home

Pada Gambar 2 ini menunjukkan tampilan halaman utama platform undangan pernikahan digital, yang menampilkan fitur-fitur utama dan navigasi yang memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan, seperti pembuatan undangan.

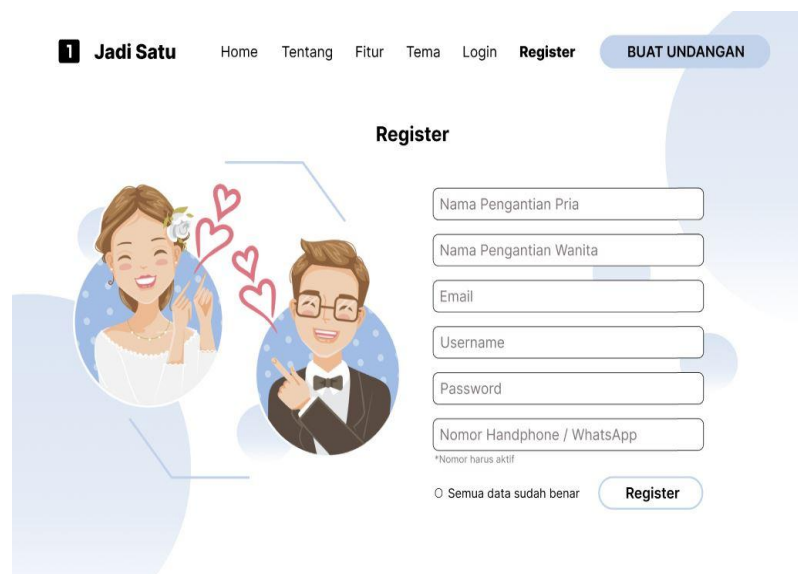
Sedangkan Gambar 3 ini menggambarkan tampilan halaman fitur yang menawarkan berbagai tema dan template undangan pernikahan digital yang dapat dipilih oleh pengguna sesuai kebutuhan dan preferensi mereka.

Gambar 2. Halaman *Home*Gambar 2. Halaman *Fitur*

### 3.2. Tampilan Proses Bisnis atau Transaksi

#### a. Register Akun

Pada Gambar 3 ini menunjukkan tampilan halaman register di mana pengguna dapat melakukan pendaftaran akun. Sedangkan Gambar 4 ini menunjukkan tampilan halaman di mana pengguna dapat memilih tema untuk undangan pernikahan mereka, serta mengatur waktu acara yang akan ditampilkan dalam undangan digital.



**1 Jadi Satu** Home Tentang Fitur Tema Login Register **BUAT UNDANGAN**

### Register

Nama Pengantian Pria

Nama Pengantian Wanita

Email

Username

Password

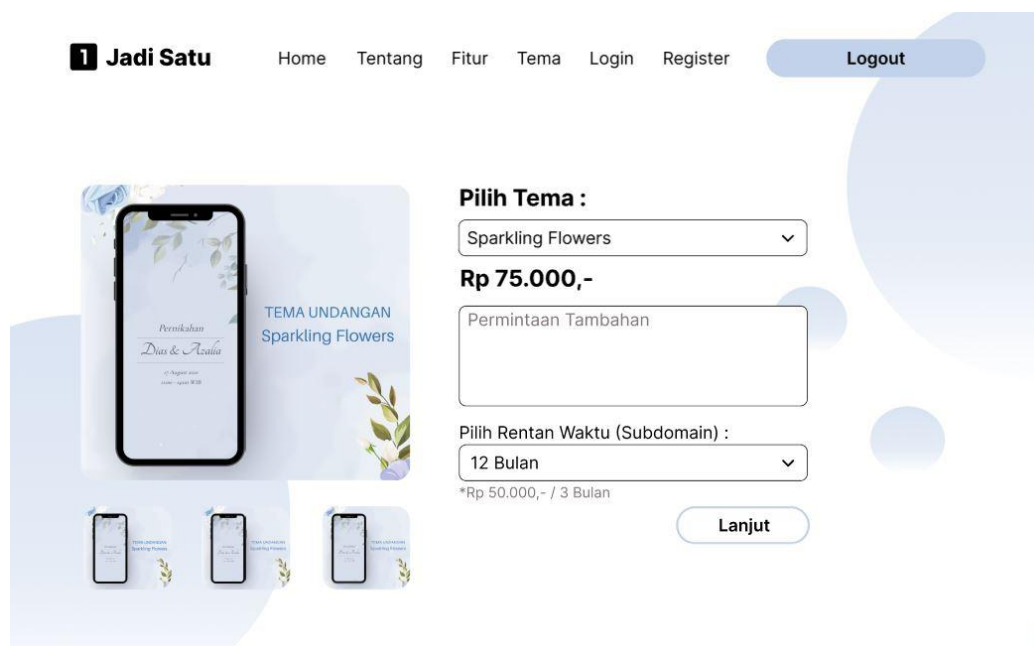
Nomor Handphone / WhatsApp

\*Nomor harus aktif

☐ Semua data sudah benar **Register**

Gambar 3. Halaman Registrasi akun

## b. Memilih Tema dan Waktu



**1 Jadi Satu** Home Tentang Fitur Tema Login Register **Logout**

### Pilih Tema :

Sparkling Flowers

**Rp 75.000,-**

Permintaan Tambahan

Pilih Rentan Waktu (Subdomain) :

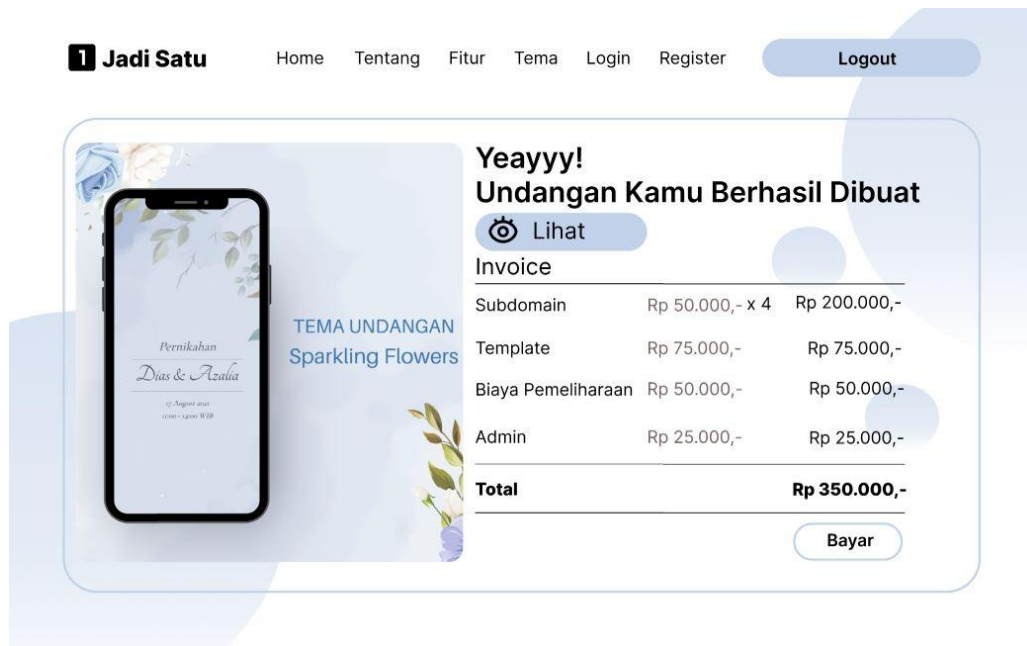
12 Bulan

\*Rp 50.000,- / 3 Bulan

**Lanjut**

Gambar 4. Halaman Memilih tema dan waktu

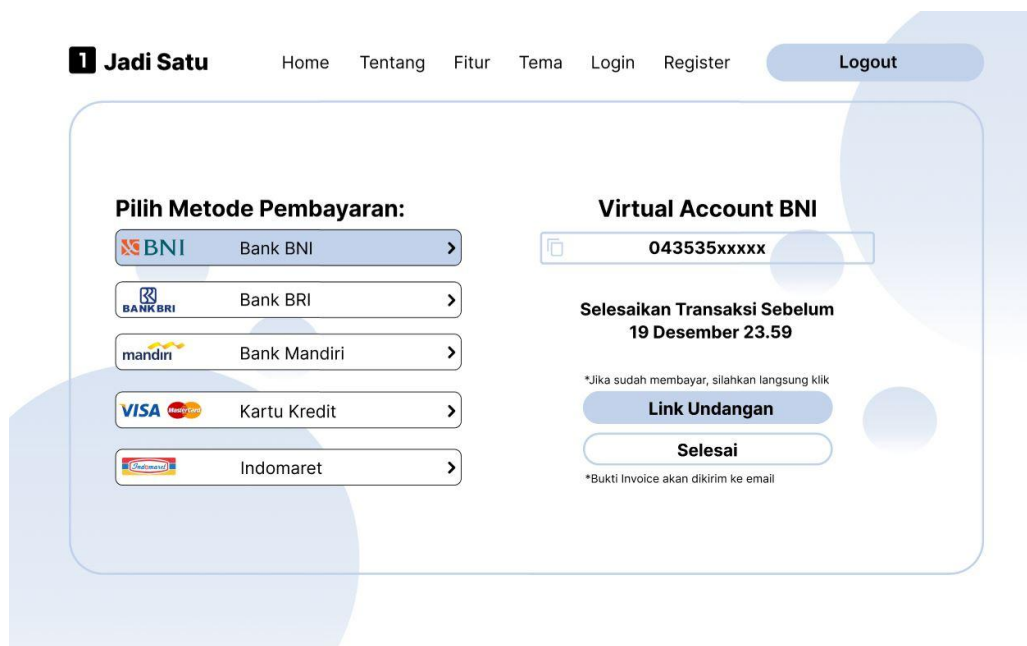
## c. Rincian Biaya



Gambar 5. Halaman Rincian Biaya

Gambar 5 ini menggambarkan tampilan halaman yang menunjukkan rincian biaya untuk penggunaan layanan undangan pernikahan digital, termasuk biaya tambahan jika ada fitur khusus yang dipilih oleh pengguna. Gambar 6 ini menunjukkan tampilan halaman pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk memilih metode pembayaran yang mereka inginkan dan menyelesaikan transaksi untuk undangan pernikahan digital.

## d. Tampilan Pembayaran



Gambar 6. Halaman Pembayaran

#### 4. Kesimpulan

Pengembangan platform "**Jadi Satu**" menunjukkan bahwa undangan pernikahan digital dapat menjadi solusi yang efisien, inovatif, dan ramah pengguna dalam mengatasi tantangan tradisional dalam pembuatan undangan pernikahan. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode **black-box testing**, semua fitur pada platform ini berfungsi dengan baik tanpa adanya kesalahan, sehingga memastikan kualitas dan reliabilitas sistem.

Platform ini memberikan berbagai kemudahan bagi pasangan yang ingin mengirim undangan pernikahan secara digital, mulai dari desain yang dapat dikustomisasi, kemudahan dalam mengelola RSVP, hingga penyebaran undangan secara luas melalui media online. Dengan menggunakan teknologi berbasis web, platform ini tidak hanya menawarkan efisiensi dalam waktu dan biaya, tetapi juga memberikan pengalaman pernikahan yang lebih personal dan fleksibel.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa pengembangan platform undangan pernikahan digital berbasis web mampu meningkatkan efisiensi, kreativitas, dan interaktivitas dalam penyelenggaraan pernikahan. Diharapkan bahwa keberhasilan platform ini dapat mendorong lebih banyak inovasi di sektor e-business, khususnya dalam industri pernikahan, dan dapat menjadi model bagi aplikasi digital lainnya yang mengutamakan kemudahan serta pengalaman pengguna.

#### Daftar Pustaka

- [1] D. R. Habibie and S. E. Putra, "Sistem Informasi Penjualan Kartu Undangan Berbasis Web," *Jurnal Publikasi Teknik Informatika*, vol. 1, no. 2, pp. 99–109, 2022.
- [2] P. Taqwa *et al.*, "Model Social CRM Sebagai Strategi Bisnis Pariwisata Provinsi Sumatera Utara," *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, vol. 2015, no. November, pp. 245–251, 2015.
- [3] D. P. Ramadhani, H. Syafwan, and C. Latiffani, "Penerapan Metode E – CRM Pada Toko Wati Collection," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, vol. 9, no. 4, pp. 3503–3518, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i4.2839.
- [4] A. Sitorus, I. Kamil Siregar, and S. Sudarmin, "Implementasi CRM Dalam Meningkatkan Pelanggan Pada All Olshop Tanjungbalai," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, vol. 9, no. 3, pp. 2317–2334, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i3.2961.
- [5] N. Istiqamah, "Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Business To Business Berbasis Web (Studi Kasus Brand Hijab Alila)," *Jurnal Smartlock: Sains dan Teknologi*, vol. 2, no. 1, 2023, [Online]. Available: <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/smartlock>
- [6] M. F. Prakasa, D. P. Ramadhan, and M. R. Pribadi, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Business Berbasis Website Studi Kasus Pada PT Pandawa Untuk Indonesia Palembang," 2020.
- [7] Jika, Yanuardi, and Faridi, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Gas Dalam Strategi E-Business Menggunakan Analisis Swot".
- [8] I. K. Larasati, W. Hayuhardhika, N. Putra, and R. I. Rokhmawati, "Perancangan User Experience Aplikasi E-Business Pasar Tradisional Dengan Metode Human Centered Design (Studi Kasus: Pasar Oro-Oro Dowo)," *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, vol. 9, no. 1, pp. 163–172, Feb. 2022, doi: 10.25126/jtiik.202295592.
- [9] M. F. Aulia and S. Saprudin, "Sistem Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Ikan Koi dalam Strategi E-Bisnis Berbasis Web:(Studi Kasus Pada Toko Guente Koi)," *Scientia Sacra: Jurnal Sains, Teknologi Dan Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 203–211, 2022.
- [10] R. Destriana, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Gas Dalam Strategi E-Business Menggunakan Analisis Swot," *Jurnal Teknik Informatika (JIKA)*, pp. 1–6, Jan. 2020.
- [11] P. Yuliyanto, A. Rinaldi, and N. Mukti, "Perancangan E-Business Pada Umkm Djadibatik Menggunakan Analisa Swot Dan Pestel," *Journal of Computer Science and Technology JCS-TECH*, vol. 3, no. 1, pp. 9–16, 2023.
- [12] S. L. Z. Lewoema, A. Prayuda, M. A. Riski, and T. Prasetyaningrum, "Perancangan Website E-Business Dengan Metode Analisis Swot Dan Pest Di Kedai S'ajian Ndeso," 2023.
- [13] Marini, "Implementasi Web Elektronik (E-Commerce) Di Toko Pecah Belah Center Dalam Meningkatkan Persaingan Bisnis Perdagangan," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 1, 2020.
- [14] A. Alwendi, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan," *Manajemen Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 317–325, 2020, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- [15] M. F. Sadikin *et al.*, "Penerapan E-Commerce Guna Meningkatkan," pp. 245–252, 2013.
- [16] Iis Ariska Nurhasanah, Muhamad Brilliant, Kustia Reni, and Agus Mulyanto, "Analisis Perancangan E-Business B2C (Business to Consumer) Upaya Digitalisasi Pengembangan UMKM (Studi Kasus : Kabupaten Pesawaran, Indonesia)," *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, vol. 11, no. 3, pp. 236–248, Dec. 2022, doi: 10.23887/janapati.v11i3.49787.